

文化赋能与商业变现：中国ACG产业的高质量发展模式探析

于凡珊¹ 刘畅² 王景蓉¹ 王静¹

1. 长沙医学院 管理学院 湖南长沙 410219

2. 长沙医学院 中医学院 湖南长沙 410219

摘要：在数字经济背景下，中国ACG产业已成为兼具经济价值与文化传播功能的重要领域。研究表明，尽管产业规模持续扩张，但仍面临原创内容不足与产业链断裂等结构性问题。当前文化赋能与商业变现尚未形成良性互动：文化资源开发流于表象，缺乏深度转化；商业模式过度依赖前端流量，全产业链运营能力薄弱。为此，需构建文化、技术、产业与人才四维协同的创新体系，通过深化文化内涵、完善产业链、培育专业人才等举措，推动产业从规模扩张向质量提升转型，探索具有中国特色的高质量发展路径。

关键词：ACG产业；文化赋能；商业变现；高质量发展；产业链整合

引言

作为文化创意产业的重要组成部分，ACG（动画、漫画、游戏）产业在当代社会中不仅承担着娱乐功能，更日益成为文化传播的重要载体。随着“Z世代”成长为消费主力，ACG文化完成了从亚文化向主流文化的转型，其社会影响力与商业价值持续提升。数据显示，2018年中国动漫产业总产值已达1712亿元，用户规模与付费能力稳步增长^[1]。然而，与美日等成熟市场相比，我国ACG产业在内容创新、技术表现和全球影响力等方面仍存在明显差距^[2]。

当前产业发展呈现显著二元特征：一方面产业规模持续扩大，政策环境不断优化；另一方面却面临优质内容供给不足、产业结构失衡、商业模式单一等困境。在文化赋能层面，尽管《哪吒之魔童降世》等作品成功展示了传统文化现代表达的潜力，但此类案例尚未形成规模效应^[3]。在商业变现方面，产业链条仍不完善，企业收入过度依赖前端版权（占比超60%），衍生开发和跨界授权等后端价值未能充分释放^[4]。本文基于产业发展现实需求，通过系统分析现状特征与结构性问题，从文化挖掘、产业链整合、人才培养等维度探讨符合中国特色的发展路径，旨在为产业转型升级提供理论参照和实践指南。

一、中国ACG产业的发展现状与特征

（一）产业规模持续扩大，但内容产能呈现结构性调整

近年来，在政策红利持续释放与资本投入不断加码的双重驱动下，中国ACG产业总体规模呈现稳健增长态势。然而，深入分析产业内部结构可以发现，这种增长背后隐藏着深刻的发展矛盾。根据产业数据分析，2015年至2025年间，中国ACG产业总产值从1205亿元增长至预计的2850亿元，年均复合增长率达到9.8%。但与此同时，动画年产量却从28.5万分钟下降至预计的15.2万分钟，呈现出显著的“量减质增”发展趋势。

这种产业结构性调整反映了产业发展阶段的转变。在政策扶持初期，各地盲目追求产量指标，导致大量低质量动画作品充斥市场。随着产业逐步成熟，市场机制开始发挥调节作用，资本逐渐向优质内容集中，倒逼产业进行供给侧改革。然而，这种结构调整也暴露出产业发展

表1 2020-2025年中国ACG产业发展主要指标

年份	动画产量 (万分钟)	产业总产值 (亿元)	核心用户规 模(百万)	衍生品市场 规模(亿元)
2020	18.1	2050	163	785
2021	17.2	2250	182	890
2022	16.5	2450	198	1020
2023	15.9	2620	215	1180
2024	15.5	2730	228	1320
2025	15.2	2850	240	1480

数据来源：根据《中国动漫产业发展报告》系列及行业预测数据整理。

基金项目：2024年省级大学生创新创业计划项目，项目编号：湘教通[2024]191号-5255

的深层次问题：一方面，中小制作机构因资金压力被迫退出市场，产业集中度快速提升；另一方面，头部企业过度依赖少数成功IP，创新动力不足，形成新的发展瓶颈。

在政策与市场双轮驱动的发展格局下，中国ACG产业既面临重要机遇，也存在着结构性挑战。国家层面从“十三五”到“十四五”的持续政策支持为产业奠定了制度基础，但政策执行中出现的资源分散、园区重复建设等问题，在一定程度上影响了政策效果的最大化。与此同时，跨界合作已从简单的品牌授权升级为内容共创模式，2017年必胜客与《非人哉》的合作案例展示了跨次元营销的价值增值潜力。然而，当前合作仍多停留在营销表层，尚未形成贯穿产业链的深度协同，且缺乏科学的IP价值评估体系，导致合作质量参差不齐。市场端的数据显示，中国ACG用户已形成初步的付费习惯，超过六成用户愿意为会员服务付费，超五成用户有周边产品购买意愿。但与美日成熟市场相比，用户在衍生品等高价值领域的消费力仍有明显差距。究其根源，产业变现能力存在结构性缺陷：收入过度依赖前端内容，某头部平台会员收入占比超60%，而后端衍生开发明显不足；IP运营仍停留在形象授权初级阶段，缺乏系统化开发思维；技术创新对商业模式的重塑作用尚未充分显现。这些问题的本质在于产业链各环节的协同不足，亟需建立产业级的协作机制和价值评估体系，以打通从内容价值到商业价值的转化通道。

二、文化赋能与商业变异的内在逻辑

（一）文化赋能：从“代工厂”到“内容创造者”

中国深厚的文化底蕴为ACG产业提供了独特的竞争优势。近年来，国产ACG作品逐渐摒弃对日美风格的简单模仿，转向挖掘本土文化资源，实现从“代工生产”到“内容创造”的转型。传统文化元素（如神话传说、历史人物、非遗技艺）的创造性转化，不仅增强了作品的文化辨识度，更通过情感共鸣提升了用户黏性与市场竞争力。例如，《哪吒之魔童降世》在传统神话基础上注入现代价值观，以“逆天改命”的叙事内核引发跨代际共鸣，最终取得超50亿元票房，成为文化赋能商业变异的典范。同样，《黑神话：悟空》通过重构西游故事，将中国美学与3A游戏标准结合，其衍生品“天命人·大圣金甲套”可动人偶以2480元高价预售即售罄，印证了文化附加值对消费行为的强大驱动力。

当前文化赋能的实践仍存在显著局限性。一方面，多数作品对文化符号的运用停留于表面嫁接，缺乏对

哲学内涵与当代意义的深度挖掘。例如，部分国漫角色仅以古风服饰为视觉标签，却未在叙事逻辑中体现文化精神，导致作品陷入“形似而神散”的困境。另一方面，文化资源的开发呈现同质化倾向，集中于少数神话IP（如哪吒、孙悟空），而对非物质文化遗产、地方民俗等多元题材的开发尚显不足。这种“扎堆开采”不仅造成审美疲劳，更可能稀释IP的长期价值。文化赋能的更高层次在于构建普世性与民族性平衡的叙事体系。泡泡玛特虽凭借原创潮玩IP实现海外营收占比38.9%的突破，但其IP因缺乏故事背景，在跨媒介开发中面临后劲不足的质疑。反观万代南梦宫的《高达》系列，将机器人设计与反战思想结合，使IP持续活跃四十年。这表明，文化赋能需超越视觉符号的搬运，通过价值观的全球表达实现深层共鸣。

（二）商业变现：IP开发与产业链整合

商业变现的效率取决于IP全链条开发的系统能力。一个健康的IP生态应覆盖“内容创作—产品开发—场景渗透—用户运营”四大环节，形成价值循环。近年来，中国ACG产业在衍生品市场增长显著，但结构性矛盾依然突出。

当前中国ACG产业在商业变现领域呈现出多维度的转型特征。在IP开发层面，产业正从简单的形象授权向生态化运营转变。《庆余年2》通过“书剧联动”机制，在剧集热播期间同步开发角色卡牌、剧本杀等衍生内容，实现了跨媒介叙事的协同效应。然而，与迪士尼成熟的闭环生态相比，国内IP开发仍显碎片化，衍生开发常错过内容热播期的最佳窗口。在产业链整合方面，上下游割裂问题制约着价值释放。部分动画公司因缺乏商品化能力被迫放弃后端收益，而头部企业如泡泡玛特则通过全链路控制实现了版权IP的持续增值。技术赋能方面，AI应用正加速IP开发流程，阅文的“漫剧助手”将改编周期压缩至单日，但数据反馈闭环的缺失导致产品开发与市场需求错配。全球化进程中，产业面临“文化贴现”挑战，需在普世主题与文化独特性间寻求平衡，《黑神话：悟空》通过“英雄叙事”成功降低海外理解门槛。值得注意的是，商业变现加速可能引发IP价值透支，过度开发低质量衍生品将损害IP长期价值。未来产业需要在文化内核、系统运营与技术赋能的三维架构中寻求可持续发展路径。

三、中国ACG产业面临的主要困境

当前中国ACG产业在快速扩张的同时，也面临着制

约其可持续发展的结构性困境。这些困境主要体现在内容创作、产业生态和人才体系三个维度，彼此交织形成制约产业升级的复合型难题。

在内容创作领域，产业面临着原创能力不足与市场定位失衡的双重挑战。相较于成熟的国际市场，国内作品在叙事架构和角色塑造上存在明显差距，仅有不足三成的作品能够构建完整的世界观体系。更值得关注的是，资本驱动的短视行为导致创作重心偏离艺术追求，流量指标成为主导创作方向的关键因素。与此同时，面向成熟受众的内容开发严重滞后，数据显示仅约三成的成年用户保持消费国产作品的习惯。这种结构性失衡既源于创作环境的限制，也与平台采购机制密切相关——每分钟数十元的收购价与动辄数十万元的实际成本形成鲜明对比，迫使制作方在艺术追求与生存压力之间艰难权衡。

从产业生态视角观察，价值链断裂与收益分配失衡构成了另一重困境。当前产业收益仍过度依赖前端内容，预计到2025年衍生品收益占比仍难以突破50%。制作成本持续走高与平台收购价格下行形成强烈反差，严重挤压了创作环节的利润空间。此外，盗版侵权每年造成的损失约占行业总收入四分之一，持续侵蚀着产业的健康发展根基。资本市场的投机倾向进一步加剧了这种困境，大量资金涌入短平快的流量项目，而非着眼于优质IP的长期培育，导致产业难以建立良性的价值循环体系。人才体系的结构性矛盾则是制约产业升级的深层障碍。尽管高等教育机构每年输送大量毕业生，但人才培养与产业需求之间存在显著脱节。课程设置滞后于技术发展，师资队伍缺乏实战经验，导致毕业生能力与企业需求不相匹配。特别值得注意的是，高端创意人才和管理人才严重短缺，业内估计全国能够驾驭高质量动画电影制作的核心人才仅四千余人。与此同时，行业的薪酬待遇和发展路径缺乏足够吸引力，人才外流现象持续加剧，形成了制约产业发展的恶性循环。这种人才困境不仅影响当下的创作质量，更削弱了产业的长期竞争力。

四、推动中国ACG产业高质量发展的路径建议

为推动中国ACG产业实现高质量发展，需从以下三个维度构建系统性解决方案。在内容创作层面，亟需突破传统文化资源的表层利用，建立“文化智库+创意转化”的双轨机制。通过设立专业研发中心，对文化元素进行现代性解读与体系化重构，同时建立科学的内容分

级体系，拓展非低幼向创作空间，推动创作者实现从文化符号借用向文化自觉表达的深度转变。在产业生态层面，应着力破解产业链断裂困境，构建以IP为核心的产业共同体。通过建立跨行业协同开发平台，打通内容创作、产品开发、渠道分发与衍生运营的全链条。同时加强技术赋能的版权保护体系建设，运用区块链等技术创新维权机制，并建立基于长期价值的IP评估体系，引导产业可持续发展。在支撑体系层面，需同步推进人才培养机制创新与全球化战略升级。一方面构建“政产学研用”五位一体的人才培养新模式，通过产业学院建设、“双师型”师资培育等项目制实践，培养复合型人才；另一方面建立多层次文化出海体系，通过跨文化创作团队组建、本土化表达策略制定，以及国际合拍等合作机制，系统提升文化输出效能。

结论

经过近二十年的发展，中国ACG产业已从边缘亚文化成长为具有重要经济价值与文化影响力的产业形态。当前产业正处在从规模扩张向质量提升转型的关键阶段。尽管在政策、技术与市场多重驱动下取得显著进展，但与美日成熟市场相比，仍面临内容原创力不足、产业链整合度低、高端人才匮乏等结构性矛盾。

研究表明，文化赋能与商业变现的良性互动是推动产业升级的核心机制。然而当前二者尚未形成有效协同：文化资源开发多停留于符号化借用，商业变现则过度依赖前端流量，导致难以培育具有全球影响力的文化符号。要实现高质量发展，必须构建“文化—技术—产业—人才”四维协同的创新体系，推动传统文化现代表达，加强新技术应用，打破产业链壁垒，改革人才培养机制。

参考文献

- [1] 艾瑞咨询. 中国动漫产业研究报告2020[R]. 上海: 上海艾瑞市场咨询有限公司, 2020.
- [2] 凌艺. 国产动漫产业的优与劣势研究[J]. 设计, 2016(13).
- [3] 肖明. 中国动漫产业的市场运作模式研究[J]. 民族艺术研究, 2015(02).
- [4] 韩梅. 动漫产业商业化的研究[J]. 中国商贸, 2012(13).